

2009.7

新闻传播

News Dissemination

前沿论衡

偏向的传播

寸 洋

[摘要]媒介作为一个社会重要的信息传播工具,其无可匹敌的重要性随着信息时代的迅速来临也愈加凸显,对其的研究也早已系统化和深入化。文章回顾和归纳了前人对媒介技术一些理论性分析。

[关键词]媒介传播;传播倾向;

20世纪,我们在见证了科学技术革命性的突破的同时,也见证了人文学科的式微。在这个技术性的时代里,人们推崇备至的不是社会学家的新论调,而是自然科学家的新定理;在这个理性时代里,最有说服力的不是文学创造的描述,而是科学的统计数据。在科学主义的强势压力下,人文学科被迫进行理论研究上的改革,同技术性、数据型研究结合,成为社会学科争取重新认可的一种妥协手段。于是,经济学更多地和数学建模联系在一起;社会学青睐采用统计学方法;连社会学科的总冠名——社会科学,也要牵强地捆绑一个“科学”二字;一切同定量、定距分析相关的改良手段,成为了人文学科建立自信心的强心剂。

在传播学研究领域,对媒介信息内容进行的定量分析占有根深蒂固的统治地位。不论是传播学形成初期四大先驱的研究,还是被称为美国大众传播研究中的里程碑的几项大型的重要研究,基本上都是围绕媒介传递的各种内容信息展开研究的。但是,正如我们研究一个一个大学的人才培养模式,如果我们仅仅从这个大学培养的各类人才案例入手,这就会造成“只见树木不见树林”的琐碎化视角,割裂了大学在培养人才过程中起到的宏观塑造作用。

随着多学科和跨学科研究的崛起,为媒介研究提供了一种更为宽广的视野。以芒福德、英尼斯、麦克卢汉等为代表的传播学跨学科研究的前驱们开辟了一个新领域——技术生态领域。正如昆斯(Kuhns,1971)在他的《后工业时代的先知》中,诠释了这几位先驱的观念,并做出了一个精辟的论断:“媒介是环境的”。媒介同政治、文化、社会、经济进行着互动,使政治、社会组织和思维方式具有一定形态,赋予文化特性,无论你是否承认,媒介在形成了这个世界平衡有序的环境方面功不可没。

媒介生态学的视角是宏大的,其涉及自然环境、人造环境、与人和人类文明的互动关系,由于环境本身就是多层次的,所以可以从不同角度理解作为环境的媒介。从符号层面上看,媒介可以被视作一个内化的符号系统的形式和结构。因此,每一种媒介独特的物质特征和符号特征预设有一套偏向,这种偏向有精神上的,也有空间、时间上的,以及政治、社会、内容等方面的偏向。

下面,我就从媒介传播偏向性的几个问题来谈一谈印刷机和网络这两个传播媒介的技术特点。

一、文化的偏向

由于传播学是一门西渐的学科,所以大多数传播学著作,是站在西方媒介技术发展的先验角度来谈论媒介的历史分期的。一般来说,媒介发展的历史分期为四个:口语时

代、文字时代、印刷术时代、电子传播时代。所以,我所提及的印刷机,是指15世纪欧洲谷登堡发明的那种有固定程序和机器操作的活字印刷机。早在活字印刷术引进欧洲的几个世纪以前,中国就早在使用此项技术了。但中国的活字印刷术并没有取得像欧洲那样的成功,究其原因,很多史学家认为,这是因为汉字比较复杂,而且数量较多,而西方的文字多为字母文字,比较灵活,适合用活字印刷;再加上中国的儒家思想中的轻商主义,以及雕版印刷的根深蒂固的统治地位,使得活字印刷没有取得在欧洲那样的优势。

于是,基于这样一个推测性的论断:“任何媒介技术都预设了一定的内在精神思想。”所以,我认为:中西文化的差别,与活字和雕版两种印刷形式上的差别相联系。活字印刷的可更改性和灵活性,方便了人们在再版时对著作、文献进行更改,所以有助于学术的进步。而中国的雕版印刷由于花费劳动时间较长,所以成本较高,一般付梓之后就很难对其进行更改。所以说,中国的古代印刷书籍中,学术类的书籍较少,因为这类书籍一半属于创作类,需要重新制作和不断修改雕版。而考据类的书籍比较多,因为古本的雕版大多都有保存,所以对古本类的评注、合辑类书目比较多,并且书的制作成本也很高;而西方随着活字印刷的制作,使得印刷的成本降低,印数书籍流布很广,进一步促进了文化的普及。所以,在中国,文化是掌握在作为精英群体的儒生的手里的,由于文化的载体——书本的成本颇高,使得文化也成为一种稀缺品;而西方的情况却相反,由于文字印刷品的商业化,在市场机制的激励下,书本印刷术得到不断改进,从而不断降低了文化的传播成本,使得文化真正为民众掌握。随着大量识字阶层的出现,刺激了廉价报刊等近代商业报刊的出现。由于主导印刷方式的不同,造成了中西方大众媒体发展时间上的差距。

二、政治偏向

“传播媒介的偏向性”,这也是英尼斯的媒介理论的中心论点。英尼斯在《传播的偏向》中写道,任何传播媒介都具有时间偏向或空间偏向,即传播媒介具有有益于长久保存但却难以运输的倾向性,英尼斯称它们为“偏向时间的媒介”;或具有易于远距离运送但长久保存性差的倾向性,英尼斯称它们为“偏向空间的媒介”。偏向时间的媒介有助于树立权威,偏向空间的媒介有助于远距离管理和进行广阔地域的贸易,有助于领土扩张。同时,除了揭示每一种传播媒介对知识的垄断性以外,英尼斯也认为,新的媒介的出现能够打破旧的垄断权。

从英尼斯的观点出发,印刷机的出现,打破了过去“羊皮纸时代”中世纪西方国家中教会垄断宗教信息的权威,使得《圣经》成为人们普遍可获得的印刷品,这就削弱了教会的势力,使权力中心向国家政权转移。实质上,印刷术的出现,是使信息民主化的手段,复制的信息在商业利润的驱动下,广泛传播给越来越广大的识字阶层,议会的议事记录被报纸曝光,贵族的生活逸事成为街头巷议的谈资,这就打破了精英

阶层的在文化上和政治上的优越性和神秘性,同时最为关键的是,印刷术的产生导致了个人主义观念和自由主义哲学的兴起。在文字时代,或是说印刷时代(文字大量普及,更有说服力和代表性),书本为我们寻找心灵的归宿提供了一个安静的角落。林黛玉在看西厢记时中顾影自怜,《名利场》中的埃米利亚在为小说中的人物暗自垂泪。这种默读成为读者同小说中的虚拟人物、同作者进行互动的过程,是一种内心自省的有效方式,读书这种特殊的个体交流逐渐替代了过去集体交流的口语世界,迪卡尔的“我思故我在”的论调便是这种自省思想的佐证。于是,这些具备文化素养的个体开始觉醒,便诞生了近代西方资产阶级民主思想中重要的个人主义思潮。

在本雅明的《机械复制时代的艺术作品》(1963)中,他意识到了媒介的平等主义推动力。在他看来,“电影把艺术作品带给了人民”。我认为,在四个媒介发展时代,可以分为这样两个时代——“垄断信息时代”同“信息民主时代”。其中,前两个时代分属“垄断信息时代”,而以印刷机、广播、电视、网络等媒介技术为标志的“印刷时代”和“电子时代”则属于“信息民主时代”。不同于英尼斯对于印刷传播媒介在形成权威和知识垄断的批判,我更倾向于麦克卢汉的看法:我们不应先入为主地否认大众媒体,因为这种先验的偏见恰恰说明大众媒体正在打破知识分子的文化权威,从而造成了这些知识精英们的焦虑。

我们应当承认,从印刷机到网络的整个技术进步过程中,逐步推动了民主的进程。这个发展过程的实质是媒介

“空间偏向性”逐步同“时间偏向性”聚合的过程。英尼斯从政治经济学的角度出发,认为当媒体的空间和时间偏向达到平衡时,可以维护一个社会的稳定机制。网络这个新兴的媒体,它打破了旧的时间限制,点击网络“搜索”引擎,我们可以回顾发生在过去任何时间的新闻事件;它改变了传统的空间概念,只要一秒钟,一封E-mail就可以联系相隔几万公里的人们,整个世界浓缩成了一个“地球村”。网络本身,就是一个时空偏向平衡的集合体,它的存在,叙写了后民主时代的政治特征——民众权威的建立。所谓民众权威,就是传统意义上的话语权威的失效。“博客、播客、论坛”打破了传统意义上新闻媒体的界限和权威,任何人都可以借助网络成为传播者。

每一种媒介技术的诞生,都包含了一些思想内涵,我们对它诞生的意图和影响的推测,应当基于一种公正客观的视角。无论是把媒体看作是社会发展的灵丹妙药的技术决定论,还是带着防御心态抵制新媒体的批判性观点,都是不全面、有偏向性的。对于媒体塑造社会环境的作用,应当从更广阔的视角来宏观地评价,在一个历史发展的过程中,既正视媒介技术所起到的客观作用,又能深入分析现象背后的一些必然性。■

[参考书目]

[1] 英尼斯《传播的偏向》

[2] 马克·波斯特《第二媒介时代》

(作者单位:厦门大学新闻传播学院新闻系)

(上接第36页)部经济发展不均衡的现象仍然存在,并在未来很长一段时间内无法彻底改变,所以新媒体的市场占有率与纸媒体相比,还是有很大的劣势。

金融危机与新媒体是纸媒体转型的催化剂

金融危机虽然严重地打击了世界传媒业的发展和我国传媒业的信心,但我国的纸媒体是不会被经济危机所困毙的。新媒体的加入虽然给纸媒体的盈利空间带来了冲击,但是有百年历史的传统“纸老大”在未来的很长一段时间内还是会继续保持其“主体”地位。传媒业的格局仍然是纸媒体为主,新媒体为辅的行业状况,以报纸为代表的纸媒体发展空间依然很大。

一、金融危机是传媒业整合的推进器

金融危机如洪水猛兽般蚕食着世界各国的经济“奶酪”,传媒业亦未能幸免。但这又何尝不是一件好事。一些竞争力不强、运营状况不佳的报纸会因此次金融危机而倒闭,这是行业重新洗牌必经的“阵痛”,如同除去皮肤一般。与此同时,我国报业应该趁着此次金融危机,大力推行跨地区的报业融合,形成具有强大竞争力的报业集团。如此一来,化零为整、化散为凝,报业的整合势必加强了核心竞争力。中国报业将就此走入新的阶段。

二、新媒体是纸媒体的竞争者、同盟军

新媒体的出现并不是纸媒体的“梦魇”。新鲜血液的注入是推动纸媒体奋起改革,“努力自救”的强心针。没有竞争就没有进步,“生于忧患,死于安乐”的道理在报业同样适

用。报纸可以进行改革,将报纸推入“多元化”时代,即报纸将不再单一地以纸质形式发行,数字化报纸如手机报,网络化报纸如博客报纸等形式可以一并推出,捆绑发行。如此一来,报纸进入“多元化”时代,不同形式的报纸将拥有不同层面的受众。固定的、多层次的读者群体为报纸带来的是丰厚的利益。新媒体的强势加入,让纸媒体幡然觉醒,以创新带动行业的发展,必将走上更好的发展之路。

综上所述,我国报业在金融危机这场风暴里,新媒体的夹击下,不会暗自消沉,更不会消亡,纸媒体必将发展得更好。借用托马斯·弗里德曼的一句话“有趣的事才刚刚开始。这个阶段只不过是一个令世界变平的基础。”■

[参考文献]:

[1]《外国新闻传播史》第9页 郑超然、程曼丽、王泰玄著 中国人民大学出版社

[2]《中国新闻传播史》第6页 方汉奇著 中国人民大学出版社

[3]《传播学教程》第117页 郭庆光著 中国人民大学出版社

[4]Meyer, Philip. The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age, (2004):15-16. Columbia: University of Missouri Press.

[5]转引自清华大学新闻与传播学院王君超副教授《如何解读和应对“报纸消亡论”》

[6]Meyer, Philip. The Elite Newspaper of the future. American Journalism Review (Oct/Nov2008):32

(作者单位:吉林大学新闻系)